

UNIVERSITAS BINA NUSANTARA

Jurusan Komunikasi dan Multimedia
Semester Genap tahun 2010/2011

ANALISA KEKUTAN PR DALAM *RE-BRANDING* NAMA HOTEL GRAND SAHID JAYA DI MASYARAKAT MELALUI *MEDIA RELATIONS*

Frisky Veronika 1100058892

ABSTRAK

TUJUAN PENELITIAN, ialah untuk mengetahui kekuatan *Public Relations* dalam *re-branding* nama hotel dari Sahid jaya menjadi Grand Sahid Jaya di masyarakat melalui hubungan *media relations*.

METODE PENELITIAN yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif merupakan salah satu bentuk penelitian formatif yang menggunakan teknik tertentu untuk mendapatkan jawaban mendalam tentang apa yang dipikirkan dan dirasakan khalayak sasaran. Penelitian kualitatif deskriptif cenderung tidak berstruktur, perumusan permasalahan yang akan diteliti bisa juga baru “ditemukan” setelah melakukan pengumpulan data di lapangan

HASIL YANG DICAPAI adalah hubungan PR melalui *media relations* tidak berpengaruh banyak dalam *re-branding* nama hotel Grand Sahid Jaya di Jakarta. sehingga divisi PR perlu melakukan upaya lebih dalam publikasi, terutama dalam hal koordinasi dengan divisi lainnya

SIMPULAN, bahwa diperlukan koordinasi antara PR dengan divisi lain guna mendukung *re-branding* nama hotel di masyarakat. Selain itu publikasi yang dilakukan oleh PR harus diperhatikan, artinya pemilihan media massa harus disesuaikan dengan target atau sasaran dari Grand Sahid Jaya di Jakarta sendiri.

Kata Kunci

Public Relations, Re-branding Nama, Hotel Grand Sahid Jaya, Media Relations